

“五一”出游  
避开这些不良营销的“坑”

“商家超售”“订金和定金”……“五一”假期来临,出游消费时要避开哪些“坑”? 中消协28日发布商家不良营销手法专题分析,为明明白白消费支招。

【超售套券难兑换】部分餐饮、酒店等经营者低价超售团购券、套餐券、住房券等回笼资金,但未在消费者购买时明确告知超售情况和用券限制条件。由于实际预留的兑换名额很少,消费者多次尝试仍无法预约兑换,经营者也无相应补偿机制,从而引发不满。还有一些网络商家故意超售,再以缺货的名义进行砍单,侵害消费者的合法权益。

消协意见: 经营者销售商品和服务应当坚守契约精神,合理评估自身能力,保证切实履约、有效提供,不应无法律依据进行超售。模糊条件、预期违约、涉嫌消费欺诈,按照法律规定,经营者应当承担惩罚性赔偿责任。

【混淆订金和定金】订金具有预付款性质,可以随时退款。定金则是一个法律概念,通过“定金原则”对合同的成立和合同的履行提供担保,对交易双方都有约束,消费者违约,经营者可以不退定金,经营者违约,应当双倍返还定金。部分经营者故意混淆定金和订金,让消费者预付费用时以为是订金,实际写的却是定金,导致消费者权益受损。

消协意见: 经营者收取任何费用都应当明确告知消费者,并征得消费者的同意。无论收取的是定金还是订金,经营者都有事先说明义务,应与消费者充分协商确

“五一”出游  
避开这些不良营销的“坑”

【砍价集赞拉人头】打卡转发送课程、打卡返现、集赞免费返现、好友助力砍价等营销方式广泛存在于餐饮、票务、教育培训等领域。部分商家诱导消费者转发链接、图片,通过天天打卡、收集好友点赞、邀请好友“砍价”等方式低价销售或者赠送产品或者服务。消费者按要求参与,符合活动要求兑换奖品时,经营者以各种理由拒绝兑换,引发消费纠纷。

消协意见: 经营者的转发、集赞等活动,目的是利用消费者帮助其营销,以扩大知名度,提升人气,吸引客流。经营者拒不兑现承诺,甚至擅改规则,只会引发负面效果,失去人心,得不偿失。消费者也要珍惜自己的社交资源,注意个人信息保护,不要为了低价诱惑“贱卖”相关信息。

【盲盒等“概率”营销利用人性弱点】盲盒经济、网络游戏抽奖等通过概率、算法,刺激消费者的购买欲望。盲盒范围不断扩大,涉及玩具、餐饮、机票、网络游戏、活体动物等各种类型。

消协意见: “概率”营销可能助长投机心理,使消费者深陷其中,养成不良的消费观念和消费方式,特别是对未成年入负面影响很大。经营者不得滥用其掌握的消费大数据,暗中修改中奖机会。建议有关部门高度关注此类问题,加快完善相关立法,加大市场监管力度,切实规范概率营销。

新华社记者 赵文君 (新华社北京4月28日电)

一些地方特色土猪是否濒临灭绝?

专家谈畜禽种业热点话题

随着人们生活水平提高,肉蛋奶等消费也不断增加。种业是产业发展的基础。我国畜禽种业现状如何,如何发力核心种源自主可控? 一些地方特色土猪是否濒临灭绝? 在农业农村部28日举行的发布会上,有关专家和局负责人回答了公众关注的热点问题。

四方面差距有待补齐

我国畜禽核心种源自给率超过75%。与国际先进水平相比,差距主要在哪儿?

国家畜禽遗传资源委员会副主任、全国畜牧总站党委书记时建忠说,长期以来,我国畜禽种业不断发展,但总体处于散、小、慢的状态。

时建忠表示,第一轮畜禽遗传改良计划的实施,为满足畜牧业用种需求发挥了重要作用。同时也要看到,与国外先进水平相比,我国还有不少差距:

——自主创新能力有待加强,白羽肉鸡还未突破,能繁母猪年均提供育肥猪数量比发达国家低约30%,奶牛产奶水平是国际先进水平的80%。

——育种基础有待夯实,生产性能测定规模小、性状少,自动化和智能化的程度不高,我国种猪平均测定的比例约为发达国家的四分之一。

——育种体系有待完善,国家畜禽核心育种场发展水平参差不齐,联合育种推进较慢。

——企业主体作用有待强化,畜禽企业总体实力较弱,竞争力不强。

品种、体系、技术全面发力

28日,农业农村部发布《全国畜禽遗传改良计划(2021-2035年)》,提出力争用15年时间,建成比较完善的商业化育种体系,显著提升种畜禽生产性能和品质水平,自主培育一批具有国际竞争力的突破性品种,确保畜禽核心种源自主可控。下一步如何发力?

国家畜禽遗传资源委员会副主任、农业农村部种业管理司副司长孙好勤说,新一轮全国畜禽遗传改良计划,在品种范围上,除原来的奶牛、生猪、肉牛、蛋鸡、肉鸡和肉羊等六大畜种以外,增加了水禽、马、驴、蜜蜂和蚕。

在育种体系上,支持企业牵头组建多种形式的联合育种实体,培育壮大第三方社会化育种服务组织,加快组建国家畜禽遗传评估中心,大幅提升企业精准选育能力。

在技术应用上,推动饲料转化率、肉品质等性状的智能化测定技术研发和应用,推进基因组选择技术平台升级,大幅提升遗传评估结果的准确性,强化种源净化和疫病防控,提高育种效率。

为生猪保供夯实基础

我国生猪种源是否依赖国外、地方特色猪种是否大幅减少,是公众关心的话题。

国家生猪产业技术体系首席科学家、全国生猪遗传改良计划专家委员会主任陈瑶生说,当前世界瘦肉型品种主要有三个——杜洛克猪、长白猪和大白猪,由于吃得少、长得快、瘦肉率高,成为全球生猪养殖的当家品种。

据介绍,根据本国市场需求对“杜长大”进行本土化选育,是国际通行做法。我国2009年启动全国生猪遗传改良计划以来,进一步加快系统选育,保障了我国近90%的生猪市场种源供给。

“我国种猪供给立足国内有保障。近10年来,全国年均进口种猪不到1万头,占核心育种群更新比例不足10%,少量进口主要用于补充资源、血统更新和改善种猪性能。”他说,虽然我国进步很快,但核心育种群的产仔数、饲料转化率等关键性状与发达国家有10%至30%的差距,适当引种有利于国内生猪种业加快追赶。

对于地方特色猪种,陈瑶生说,我国现有地方猪种83个,品质好、风味佳,但由于吃得多、长得慢、瘦肉率低,养殖规模不断萎缩,资源群体缩减。

他表示,在全国实施新一轮全国生猪遗传改良计划中,将实施大规模的主导品种联合育种,今年已启动全国畜禽遗传资源普查,将进一步完善保护体系。同时,将大力推进地方品种开发利用,培育以风味独特和肉质鲜美为主、兼顾生长速度的特色猪种,满足市场需求。

新华社记者 于文静 胡 璐 (据新华社北京4月28日电)

很多人发现,当下各种热门的App,从外卖到出行,从视频到办公,尽管功能各异,但有一点是相通的:都能贷款。

和传统贷款渠道相比,这类基于App的贷款往往宣称“门槛低、审核简单、放款快”,吸引了不少年轻用户。而实际年化利率甚至超过20%。App抢着借钱给你的背后,一方面容易出现过度收集、滥用客户信息的现象,另一方面也存在诱导年轻人超前消费、过度借贷的风险。同时,也对金融监管提出了新的要求。

最近,上海市民李华章在网上网过程中,电脑屏幕右下角突然跳出一个链接显示:“WPS上也可以借钱啦”,并标注“最高可借20万元,千元利息低至2毛”等信息。“我的第一反应是,WPS不是办公软件吗,怎么也开始放贷了?”李华章说。

带着疑惑,李华章点击“测测你能借多少”按钮,系统自动跳转至WPS用户专享页面,上面显示“1千元借1天费用低至2毛,3、6、9、12期慢慢还”。此外,页面还宣称“门槛低,22周岁即可申请;额度高,最高可借20万元;放款快,快至3分钟到账”等信息。在经过引导下载金山金融App后,通过输入手机号、验证码、上传身份证正反面照片、人脸识别等简单操作后,App显示李华章可借27500元。

稍加观察就可以发现,各类App自营或推广的放贷服务,普遍宣传其贷款具有门槛低、利率低、放款快等特点,诱导用户注册使用,但在实际借款时,却又换了副模样。

——快速放款的代价是大量索取个人信息。记者发现,提供贷款服务或入口的App中,“极速放款”“最快5分钟放款”等推广用语非常普遍。一款旅游类App的客服人员表示,最快审核只要10到15分钟,就可以将钱打到用户所绑定的银行卡中。

快速放款的背后,是对个人信息的大量索取。记者体验发现,多数开通贷款服务或入口的App需要读取用户通讯录,并需要一直读取用户位置信息。类似的条款包括“平台将收集您的通讯录/和您的亲朋好友及联系人的手机号码”“当贷款逾期时,平台有权向合作单位,以及您的亲朋好友、联系人披露您的违约信息(含贷款逾期信息)”。

网民“雨女”投诉称,在某App上借钱逾期后,不仅本人每天要接受短信轰炸,其父母也频繁接到第三方催收公司的电话,对方还发信息称要按家庭地址寄送法院通知。“我没有失联,会尽快还清欠款,希望他们停止骚扰家人”。该网民说。

——以“送礼品”“送会员”等小恩小惠,诱导用户贷款。某视频类App宣称,只要使用其贷款业务,就送一个月视频VIP会员,如果借到一定额度“使用达标”,还额外赠送12个月会员资格。另一款短视频App宣称,答题即可领取最高80元红包,但该红包只能在还款时使用。

“这种小恩小惠的手法,跟原来银行送米送油差不多。只不过银行是在拉存款,而App是在求你贷款。”武汉市民程恩昌感慨地说。

某旅游App宣称,“提钱去启程”“最高可借20万元”。“从我们这一代人的观念看,贷款去旅游,我感觉有点过了。”今年52岁的北京市民沈沈说。

——看似一天几毛钱,实则年化利率突破20%。2020年底,银保监会发布《关于警惕网络平台诱导过度借贷的风险提示》强调,一些机构或网络平台在宣传时,片面强调日息低、有免息期等优厚条件。然而,所谓“零利息”并不等于零成本,往往还有“服务费”“手续费”等,此类产品息费的实际综合年化利率水平可能很高。

但在实际经营中,很多App依然使用“千元利息低至××”等“障眼法”进行推广。比如金山金融App宣称“千元利息低至2毛”,记者通过其借款1000元,约定十二期还款。系统显示,每期要还100.46元,以此计算,年化利率达到20.55%。

产和金融市场,对贷款用途和流向的有效监控成为“老大难”问题。

针对互联网平台诱导贷款行为,相关监管措施已陆续出台或正在酝酿中。如2020年年底发布的《网络小额贷款业务管理暂行办法(征求意见稿)》强调,主要作为资金提供方与机构合作开展贷款业务的,不得将授信审查、风险控制等核心业务外包。主要作为信息提供方与机构合作开展贷款业务的,不得故意向合作机构提供虚假信息,不得引导借款人过度负债或多头借贷,等等。

黄大智认为,规范互联网消费金融发展,一方面要加强金融消费者教育,树立理性消费观念。另一方面要倡导行业自律,引导相关平台践行责任信贷理念,避免消费者过度负债。

新华社记者 何欣荣 杨有宗 (据新华社上海4月28日电)

不用方向盘就能自由穿梭、只靠重心移动就能操控行驶……随着电动平衡车在“微出行”领域“横空出世”,“脚踏风火轮”、畅行数十里的梦想“照进现实”,外形炫酷的“神器”近来受到不少年轻人追捧,电商平台上不少产品销量在1万辆以上。

一面是行业兴起欣欣向荣,而另一面,“神器”也面临着界定不明、质量难保、虚假宣传等乱象,不少电动平衡车滑出“合规区域”、滑向“灰色地带”。陷入“身份困境”的电动平衡车,究竟该何去何从?

被动刹车,电动平衡车不平衡

闲来散心、周边购物……近年来,轻便易携的电动平衡车频频“火上热搜”,大有取代众多骑行工具、在社区周边“称霸”之势。然而,随着电动平衡车用户群体不断扩大,不少使用者因违规上路而造成安全隐患的案例也闯入人们的视线。

不久前,湖北孝感一女子脚踏电动平衡车上路时,与一辆电动自行车追尾相撞,造成道路交通事故,该女子倒地受伤,经抢救无效死亡。

这一悲剧并非孤例。近年来,类似事故在多地时有发生,电动平衡车使用者以儿童和青少年为主,事故多发生于机动车交织地段。

2020年11月,云南玉溪一小女孩在机动车道边骑行电动平衡车边看书。当其左转弯穿马路时,与一辆后方驶来的黑色越野车相撞。

电动平衡车事故连连,除了与使用者不遵守交通规则有关外,还与平衡车本身“如何平衡”有很大关系。业内人士李先生说,在骑普通电动车时,人的手、脚和臀部都有着落,形成一个较为稳定的“三角结构”,能够保证用户充分控制产品。“但电动平衡车与用户的接触点只有一个或两个,其本身没有手刹,只能靠陀螺仪来控制平衡和刹车,完全靠个人姿态的调整进行控制,出现突发情况时使用者很难及时做出反应。”

天津市公安交通管理局秩序支队指导大队副大队长蔡霖峰介绍,近半年来,天津市公安交警部门已教育、处罚使用电动滑板车、电动平衡车等上路行为近1400起。

“炫酷新秀”为何成“马路杀手”

在“微出行”领域拥有一众“粉丝”的电动平衡车,为何“栽在”马路上?

——电动平衡车不是“车”。多位专家表示,现行的《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》颁布较早,并未对电动平衡车进行明确界定。随着电动平衡车风靡全国,北京、上海、天津等部分城市目前已明确规定,电动平衡车不具备道路行驶权,不应作为一种交通工具上路使用,但不具备城市还未将其纳入监管范围。

——行业标准缺失。记者梳理发现,目前网络上销售的电动平衡车速度设定不一,部分电动平衡车设计速度较快,具有一定风险。记者在某电商平台上搜索“电动平衡车”,随机选取15个不同品牌的电动平衡车产品统计发现,其中仅有1家所售的电动平衡车最高时速在10公里以下,此外有9家产品最高时速在10~15公里,4家产品最高时速在15~20公里,还有1家产品最高时速可达25公里。

蔡霖峰等表示,不少电动平衡车的速度已超过自行车速度、与电动自行车的骑行速度相仿。

——产品质量堪忧。上海市市场监管局2020年曾对电动平衡车质量进行过监督抽查,结果显示,产品不合格率高达65%。在武汉工作的小朱说,本打算购买一辆电动平衡车上下班用,但看到有人驾驶电动平衡车走坡路时,因车子驻坡能力不足摔倒在地,就打消了购买的念头。

李先生表示,由于行业仍在兴起初期,业内企业良莠不齐,一些小厂商不比品质、只比价格,直接组装零件售卖,小型“作坊”和企业以次充好,可能造成产品质量把控不严、扰乱市场等现象。

规范治理需多方合力

为了跟上电动平衡车这一新兴行业领域的发展步伐,在各类条例规定中帮助其“明确身份”势在必行。多位受访专家表示,将电动平衡车定义为“场景化的娱乐运动器材”或“滑行工具”或更加准确。

此外,随着网络平台、电商业态的快速发展,产品质量、虚假宣传等问题也值得关注。“特别是微商具有‘亦商亦友’的特征,销售行为隐蔽,出现问题取证较为困难,他们销售的商品也大多具有自用和售卖的双重属性,界定起来有一定难度,需要持续关注探讨。”天津财经大学商学院互联网信息与用户行为研究中心主任陈旭辉说。

多位专家表示,销售企业应该严把质量关,选择正规品牌厂家进货,并索取同型号同批次产品的质检报告,不得以虚假宣传,误导消费者认为电动平衡车是交通出行工具。陈旭辉认为,未来需要持续参考实际案例完善法律体系,对电商平台销售细节进一步规范。

专家建议,相关企业在设计时应充分考虑交通安全因素。“一方面对骑行里程进行控制,另一方面,电动平衡车的最高速度最好控制在每小时10公里以内,甚至控制在每小时五六公里,以免产生危险。”李先生说。

蔡霖峰等建议,为预防电动平衡车、电动滑板车上路潜在的交通事故隐患,各地应加大治理力度,常态化对电动滑板车、平衡车等非道路车辆或者滑行工具上道路行驶等违法行为进行查处,同时有针对性地强化交通安全宣传,重点对交通参与者使用非道路车辆或滑行工具进行教育劝导,减少此类车辆违法上路多发的现状。

新华社记者 田中全 刘惟真 (据新华社武汉4月27日电)

为什么那么多App抢着借钱给你

“躲都躲不开”,满屏都能贷款

青岛市民穆丽丽在爱奇艺App上购买会员时,也被推荐贷款。爱奇艺App“精选推荐”页面显示,用户可以申请一款名为“小芽贷”的贷款产品,平台标注有“年化利率低至7.2%”“借钱就送30天VIP会员”等信息。

按照平台提示,穆丽丽在输入姓名、身份证号、手机号等信息,并拍照上传身份证后,显示她在该平台可以借7万元。“感觉有些不可思议,从来没想过可以在视频软件上借这么多钱。”穆丽丽说。

记者测试发现,除传统的支付和理财类App外,手机里其他热门App,从外卖到出行,从视频到办公,80%左右可以贷款,或提供贷款服务入口,额度最高达到30万元。有网民表示:“只要使用手机App,几乎都可以看到相关贷款业务推荐,躲都躲不开。”

花式“求借钱”,背后套路多

稍加观察就可以发现,各类App自营或推广的放贷服务,普遍宣传其贷款具有门槛低、利率低、放款快等特点,诱导用户注册使用,但在实际借款时,却又换了副模样。

——快速放款的代价是大量索取个人信息。记者发现,提供贷款服务或入口的App中,“极速放款”“最快5分钟放款”等推广用语非常普遍。一款旅游类App的客服人员表示,最快审核只要10到15分钟,就可以将钱打到用户所绑定的银行卡中。

快速放款的背后,是对个人信息的大量索取。记者体验发现,多数开通贷款服务或入口的App需要读取用户通讯录,并需要一直读取用户位置信息。类似的条款包括“平台将收集您的通讯录/和您的亲朋好友及联系人的手机号码”“当贷款逾期时,平台有权向合作单位,以及您的亲朋好友、联系人披露您的违约信息(含贷款逾期信息)”。

网民“雨女”投诉称,在某App上借钱逾期后,不仅本人每天要接受短信轰炸,其父母也频繁接到第三方催收公司的电话,对方还发信息称要按家庭地址寄送法院通知。“我没有失联,会尽快还清欠款,希望他们停止骚扰家人”。该网民说。

——以“送礼品”“送会员”等小恩小惠,诱导用户贷款。某视频类App宣称,只要使用其贷款业务,就送一个月视频VIP会员,如果借到一定额度“使用达标”,还额外赠送12个月会员资格。另一款短视频App宣称,答题即可领取最高80元红包,但该红包只能在还款时使用。

“这种小恩小惠的手法,跟原来银行送米送油差不多。只不过银行是在拉存款,而App是在求你贷款。”武汉市民程恩昌感慨地说。

某旅游App宣称,“提钱去启程”“最高可借20万元”。“从我们这一代人的观念看,贷款去旅游,我感觉有点过了。”今年52岁的北京市民沈沈说。

——看似一天几毛钱,实则年化利率突破20%。2020年底,银保监会发布《关于警惕网络平台诱导过度借贷的风险提示》强调,一些机构或网络平台在宣传时,片面强调日息低、有免息期等优厚条件。然而,所谓“零利息”并不等于零成本,往往还有“服务费”“手续费”等,此类产品息费的实际综合年化利率水平可能很高。

但在实际经营中,很多App依然使用“千元利息低至××”等“障眼法”进行推广。比如金山金融App宣称“千元利息低至2毛”,记者通过其借款1000元,约定十二期还款。系统显示,每期要还100.46元,以此计算,年化利率达到20.55%。

产和金融市场,对贷款用途和流向的有效监控成为“老大难”问题。

针对互联网平台诱导贷款行为,相关监管措施已陆续出台或正在酝酿中。如2020年年底发布的《网络小额贷款业务管理暂行办法(征求意见稿)》强调,主要作为资金提供方与机构合作开展贷款业务的,不得将授信审查、风险控制等核心业务外包。主要作为信息提供方与机构合作开展贷款业务的,不得故意向合作机构提供虚假信息,不得引导借款人过度负债或多头借贷,等等。

黄大智认为,规范互联网消费金融发展,一方面要加强金融消费者教育,树立理性消费观念。另一方面要倡导行业自律,引导相关平台践行责任信贷理念,避免消费者过度负债。

新华社记者 何欣荣 杨有宗 (据新华社上海4月28日电)